SCHWEIZ·KONSUM-VEREIN

ORGAN DES VERBANDES SCHWEIZ·KONSUMVEREINE (V·S·K)

XIII. Jahrgang | Basel, den 5. April 1913 | No. 14

Wöchentlich erscheint eine Nummer von 8—16 Seiten Text. Abonnementspreis Fr. 4.40 p. Jahr, Fr. 3.— p. 6 Monate, ins Ausland unter Kreuzband Fr. 7.— p. Jahr.

Motto: Das Schweizervolk kann seine wirtschaftliche Selbständigkeit gegenüber dem Ausland nur behaupten und im Innern zu grösserem Wohlstand und höherer sozialer Gerechtigkeit nur fortschreiten, wenn es seine Konsumkraft organisiert. Die genossenschaftliche Zusammenfassung dieser Kraft ist daher für uns eine Lebensfrage: Sie ist unsere nationale Aufgabe im XX. Jahrhundert.

Inhalts-Verzeichnis:

Offizielle Mitteilung. — Das Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine. — Der Eierhandel. — Anleitung zur Ausfüllung des statistischen Fragebogens pro 1912. — Der Allgem. Consumverein Basel im Jahre 1912. — Zur III. Konferenz des VIII. Kreises. — **Aus unserer Bewegung:** Lyss, Olten, Romanshorn. — **Verbandsnachrichten.**

Verband schweiz. Konsumvereine (V.S.K.)

Offizielle Mitteilung.

Einladung zur XXIV. ordentlichen Delegiertenversammlung.

In Ausführung von § 28 der Verbandsstatuten macht der Unterzeichnete hiermit bekannt, dass der Aufsichtsrat beschlossen hat, die diesjährige ordentliche Delegiertenversammlung auf den 6./8. Juni 1913 nach **Zug** einzuberufen. Die Tagesordnung ist folgendermassen festgesetzt worden:

Freitag, den 6. Juni, abends 8 Uhr, im Theatersaal des Kasino:

1. Empfang der auswärtigen Delegierten und Begrüssungsansprache der Gäste.

Samstag, den 7. Juni, vormittags 9 Uhr, im Theatersaal des Kasino:

2. Eröffnungsrede des Vorsitzenden der Delegiertenversammlung.
3. Ernennung der Stimmenzähler.
4. Wahl eines stellvertretenden Vorsitzenden.
5. Behandlung des Jahresberichts und der Jahresrechnung und der verschiedenen in dem Jahresbericht enthaltenen Anträge oder der zur Jahresrechnung gestellten Anträge des Aufsichtsrates und der Revisoren. Referent: *B. Jæggi.*
6. Referat über Revision der Normalstatuten. Referent: Dr. *O. Schär.*

   Der Aufsichtsrat beantragt hiezu folgende Beschlussfassung:

   Die Delegiertenversammlung des V. S. K.
   anerkennt,

   dass die in den neuen Normalstatuten vorgesehenen Bestimmungen unter Berücksichtigung der schweizerischen Eigenart rein genossenschaftlichen Grundsätzen entsprechen und dass die Befolgung dieser Vorschriften nicht nur eine finanzielle Stärkung der schweizerischen Konsumgenossenschaften und deren Mitglieder, sondern auch eine Vertiefung der genossenschaftlichen Gesinnung zu bewirken geeignet ist;

   sie ermächtigt die Verbandsbehörden

   bei Gründung neuer Konsumgenossenschaften sowie bei Statutenänderung bestehender Verbandsvereine die in den Normalstatuten enthaltenen Vorschriften zur Annahme zu empfehlen und

   sie fordert die Verbandsvereine auf,

   bei Statutenänderungen bei aller Rücksichtnahme auf lokale Verhältnisse sich doch an die grundlegenden Bestimmungen dieser Normalstatuten zu halten.
7. Referat über Stellungnahme des V. S. K. zu einer zu gründenden Genossenschaft für Ferien- und Erholungsheime. Referent: *B. Jæggi.*

   Der Aufsichtsrat beantragt hiezu folgende Beschlussfassung:

   Die Delegiertenversammlung des V. S. K.
   nimmt davon Kenntnis,

   dass die Gründung einer Genossenschaft beabsichtigt ist, die sich den Zweck setzt, auf breitester genossenschaftlicher Grundlage eine rationelle Lösung der Ferien- und Erholungsheimfrage zu ermöglichen,

   sie ermächtigt die zuständige Verbandsbehörde

   diese neue Genossenschaft als Mitglied in den V. S. K. aufzunehmen und sie durch Rat und Tat möglichst zu fördern, speziell auch die Verbandspresse für diesen Zweck zur Verfügung zu stellen.
8. Allfällige Anträge von Verbandsvereinen.
9. Periodische Erneuerungs-Wahlen in den Aufsichtsrat.

   In den Austritt kommen:

   a) Von den Mitgliedern des Ausschusses: die Herren *E. Angst* und Dr. *F. Weckerle.* Ferner ist zu ersetzen Herr *W. Bärwart.*

   b) Von den Mitgliedern der Verbandsvereine der französischen Schweiz: die Herren *J. Perrenoud, E. Schneeberger,* Dr. *A. Suter.*

   c) Von den Mitgliedern der Verbandsvereine der italienischen Schweiz: Herr *F. Rusca.*

   d) Von den übrigen Mitgliedern des Aufsichtsrates: Herr *K. Frei.*

10. Wahl des Präsidenten des Aufsichtsrates.
11. Wahl eines Verbandsvereins zur Besetzung der Kontrollstelle.

    Von den drei gegenwärtigen Revisionsvereinen (Neuenburg, Glarus, Steffisburg) kommt *Neuenburg* in Austritt.
12. Wahl des Ortes der nächsten Delegiertenversammlung.

Gemäss § 32 der Verbandsstatuten müssen allfällige Anträge von seiten der Verbandsvereine, über welche die Delegiertenversammlung endgültig entscheiden soll, spätestens 4 Wochen vor der Delegiertenversammlung, also dieses Jahr bis spätestens 10. Mai 1913 dem Aufsichtsrat eingesandt werden.

Basel, den 15. März 1913.

Der Präsident des Aufsichtsrates:

sig. **Dr. Rudolf Kündig.**

Das Jahrbuch des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine.

Zehnter Jahrgang 1912.

(Schluss.)

Die Konzentrationsbewegung unter den Konsumvereinen Deutschlands, d. h. das Aufgehen kleinerer Vereine in grösseren Organisationen, oder die Bildung von Bezirkskonsumvereinen macht in allen Revisionsverbänden Fortschritte. So ist z. B. im rheinisch-westfälischen Revisionsverband der Industriebezirk nahezu von grossen Bezirkskonsumvereinen aufgeteilt.

Der grosse Vorteil bei Schaffung von Bezirkskonsumvereinen liegt nicht nur in der grosszügigeren Warenvermittlung und der Spesenersparnis, sondern auch in der Möglichkeit der erfolgreichen Durchsetzung der Entwicklung zur Eigenproduktion. Darüber lesen wir im Tätigkeitsbericht u. a. folgendes: Auch im verflossenen Jahre hat eine nicht geringe Anzahl von Konsumvereinen neue Zentrallager und Bäckereien errichtet. Der Betrieb eigener Bäckereien ist die erste und dringendste Aufgabe unserer Konsumgenossenschaftsbewegung. Bäckereien sind heute aber nur konkurrenz- und leistungsfähig, wenn sie sich alle Errungenschaften der modernen Technik zunutze machen können.

Neben die Genossenschaftsbäckereien tritt ferner das Bedürfnis nach Errichtung von Milch- und Fleischversorgungsbetrieben an die Bezirkskonsumvereine heran. Gerade nach dieser Richtung hin harren der grossen lokalen Konsumvereine und der Bezirkskonsumvereine noch grosse Aufgaben.

Auch die Organisation der Warenverteilung in den Konsumvereinen ist noch nicht zu einem definitiven Abschluss gelangt, immer neue Formen und Gestaltungen zeigen sich uns, alle mit dem Endzweck, das Konsumenteninteresse stets besser und intensiver zu wahren und zu vertreten. So hat einer der grossen und bestgeleiteten Konsumvereine des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine den Versuch mit einem Kolonialwarenhaus gemacht, das alle Nahrungsmittel führt, die in den Haushalt eingehen. Ob der Versuch gelingt, ist heute noch nicht zu beurteilen, denn ein solches zentrales Verteilungsmagazin kann nur unter ganz bestimmten Umständen gedeihen, der Boden solcher Tätigkeit und die möglichen Betriebsarten müssen vorerst genau erforscht werden.

* * *

Die Frage der ungerechten Besteuerung hält auch die Konsumgenossenschafter Deutschlands stets in Atem. Sie gab in erster Linie den Anstoss dazu, dass in Frankfurt, an einer Konferenz der Funktionäre des Zentralverbandes, der Vorstände und Sekretäre der neun Revisionsverbände u. a., eingehend die Frage diskutiert und besprochen wurde: «*Empfiehlt sich eine Stellungnahme der Konsumvereine zu den politischen Wahlen?*»

Sekretär Feuerstein (Stuttgart) behandelte diese schwierige Materie in einem eingehenden Referat. Die dem Vortrag zu Grunde gelegte Resolution wurde von den 105 Konferenzteilnehmern einstimmig angenommen.

Wir lassen die Resolution an dieser Stelle im Wortlaut folgen, da sie den Gedankengang des Referenten sowohl, als auch der Diskussionsredner klar ausdrückt, und wir glauben, dass auch unsere schweizerischen Konsumgenossenschafter für diese Frage grosses Interesse bekunden.

Die Resolution lautet:

Bei Handelskammern und händlerischen Organisationen Deutschlands machen sich seit Jahren Bestrebungen geltend, den bei politischen Wahlen auftretenden Bewerbern sogenannte Mittelstandsforderungen zur Anerkennung zu unterbreiten, welche sich in erster Linie auf die gesetzgeberische Bekämpfung der bestehenden Konsumvereine durch Ausnahmebesteuerung und Beschränkung des Geschäftsbetriebes beziehen. Neben dieser beabsichtigten künstlichen Entwicklungshemmung ist es ausserdem auf die Verhinderung der Gründung neuer Konsumvereine abgesehen, wozu insbesondere die Aufwerfung der sogenannten Bedürfnisfrage dienen soll.

Da nun diese Bestrebungen seitens der bezeichneten Korporationen wie auch innerhalb des Hansabundes ganz besonders für die bevorstehenden Reichstagswahlen hervorgetreten sind, sieht sich die heutige Konferenz von Vertretern des deutschen Konsumvereinswesens veranlasst, *die Mitglieder der Konsumvereine ohne Unterschied der Parteirichtung zur energischen Abwehr aufzurufen* und dieselben zu ersuchen, überall die erforderlichen Massnahmen gegen die bezeichneten Bestrebungen *rechtzeitig* einzuleiten.

Für diese Abwehrmassregeln sind folgende Gesichtspunkte streng zu beachten:

1. In jedem Wahlkreis, in dem Konsumvereine vorhanden sind, sind durch eine für die verschiedenen Bezirke zuständige Abwehrkommission sämtlichen Kandidaten der Parteien schriftlich formulierte Fragen vorzulegen, die sich lediglich auf die Stellungnahme des Kandidaten zu den Konsumvereinen im Falle seiner Wahl als Abgeordneter beziehen.
2. Die Antworten der Kandidaten sind von der Kommission in entsprechender Weise zur Kenntnis der Mitglieder zu bringen.
3. Die Kommission darf eine auf die eingegangenen Antworten sich stützende *Parole nur insofern ausgeben,* als sie zutreffendenfalls die Konsumvereinsmitglieder — und zwar mit dem gehörigen Nachdruck — auffordert, *erklärten Gegnern keine Stimme zu geben.*

Ausweichende Antworten sollen als ungenügend bezeichnet und die *Verweigerung der Antwort* als gleichbedeutend mit der *Gegnerschaft gegen die Konsumvereine* behandelt werden.

Die Konferenz erwartet von den politischen Parteien eine gebührende Berücksichtigung dieses lediglich der Abwehr dienenden Standpunkts. Die hervorragende volkswirtschaftliche Bedeutung und die Leistungen der deutschen Konsumvereine ganz besonders im Hinblick auf die seit Jahren anhaltende und neuerdings bedeutend *verschärfte Teuerung* dürfte den Parteien einen nicht zu übersehenden Fingerzeig für die ganze Frage geben.

Die 1½ Million deutscher Konsumvereinsmitglieder aber werden angesichts der Bestrebungen ihrer Gegner in dringlichster Weise zur nachdrücklichsten Wahrung ihrer wirtschaftlichen Interessen im bezeichneten Sinn aufgefordert.

Fragebogen.

Ist der Herr Kandidat bereit:

1. Im Falle seiner Wahl als Abgeordneter gegen jede Benachteiligung der Konsumvereine auf dem Gebiete der Gesetzgebung zu stimmen?

Antwort:

2. Bei einer eventuellen Aenderung des Genossenschaftsgesetzes jede Verschlechterung desselben überhaupt, wie auch jede gegen die Konsumvereine gerichtete Aenderung und insbesondere die Einführung der sogenannten Bedürfnisfrage für die Gründung neuer Konsumvereine oder Filialen solcher abzulehnen?

Antwort:

3. Jede Ausnahmebesteuerung der Konsumvereine abzulehnen?

Antwort:

Um jeder Missdeutung seitens unserer Gegner vorzubeugen, bringen wir ebenfalls die Bemerkungen des Berichterstatters im Jahrbuch zum Abdruck, denen wir uns voll und ganz anschliessen können.

«Es ist zweifellos ein Gebiet, — so lesen wir — das die Konsumvereine des Zentralverbandes deutscher Konsumvereine mit dieser Resolution betreten, das nicht ganz frei von Bedenken ist. Wenn die *Gegner* der Konsumvereine nicht die Konsumvereinsfrage in den *Mittelpunkt der Wahlagitation* zu stellen bemüht wären, die Konsumvereine hätten es aus sich heraus niemals getan. Sie handeln aber in der *Abwehr* und werden durch die Konsumvereinsfeinde *gezwungen*, ihnen auf dem gleichen Felde entgegenzutreten, auf dem diese tätig sind. Dass dabei sehr vorsichtig zu Werke gegangen werden muss, liegt auf der Hand. Es handelt sich nicht nur darum, alles zu vermeiden, was die Konsumvereine mit dem Genossenschaftsgesetz in Konflikt bringen könnte, es muss auch nur der Anschein vermieden werden, *als erstrebten die Konsumvereine die Förderung bestimmter Parteien.*

Die Resolution weist den Weg, der begangen werden muss, um diesen Fährlichkeiten zu entgehen. Sie wendet sich nicht an die Konsumgenossenschaften, sondern an die Mitglieder der Konsumvereine, die als solche natürlich politische Bewegungsfreiheit haben. Die Abwehrkommissionen sind darum durch die Konsumvereinsmitglieder zu bestellen. Ihre Tätigkeit ist nicht eine Tätigkeit der Konsumvereine. Den Vorwurf, dass es auf die Förderung bestimmter Parteien abgesehen sei, wird wohl der Hinweis entkräften, dass die Resolution es ablehnt, die Wahl bestimmter Abgeordneter zu empfehlen. Getreu ihren Aufgaben, die aus ihrem Charakter als Abwehrkommission entspringen, beschränkt sie sich auch darauf, nur vor *Konsumvereinsgegnern* zu warnen und aufzufordern, diesen keine Stimme zu geben. Eine Unterstützung von Konsumvereinsfreunden in positiver Hinsicht ist ja auch deshalb schon ausgeschlossen, weil in einem Wahlkreise, was hoffentlich immer der Fall ist, *mehrere* konsumfreundliche Kandidaten vorhanden sein können, unter denen natürlich nicht *einer* ausgewählt und zur Unterstützung empfohlen werden kann. Eine solche Massnahme wäre gleichbedeutend mit *Aufgabe des Standpunktes parteipolitischer Neutralität*, sie kann daher nirgends in Frage kommen.»

Mit diesen Ausführungen sind wir bereits mitten in die Besprechung der «wirtschaftlichen Kämpfe der Genossenschaften» hineingeraten. Je mehr sich die Konsumgenossenschaften entwickeln, desto «treuer» wird die Begleitschaft der wirtschaftlichen Kämpfe.

Unter die wirtschaftlichen Kämpfe der Konsumvereine fallen nicht allein die Zusammenstösse mit den «wirtschaftlichen Gegnern», sondern alle Hemmungen und Hindernisse, die sich dem Wachsen und Gedeihen dieser Organisationen in den Weg stellen.

In erster Linie erwähnt an dieser Stelle das Jahrbuch die sich allgemein geltend machende Teuerung. Abnorme Witterungserscheinungen führten ungünstige Ernten herbei. Zwar wurden nicht alle Erzeugnisse gleichmässig hiervon betroffen. Die Spekulation und das nicht immer weitsichtige Verhalten der geängstigten Verbraucher sorgten aber dafür, dass auch solche Nahrungsmittel von der Preisbewegung nach aufwärts erfasst wurden, bei denen die Ernteergebnisse keinen ausreichenden Grund hierfür abgeben konnten.

Einen direkten Einfluss auf die Bekämpfung der Teuerung können die Genossenschaften nur beschränkt erlangen. Ihre eigentliche Aufgabe, die sie auch immer mit grösserem Erfolg zu lösen verstehen, ist die, das vorhandene Einkommen kaufkräftiger zu machen, eine sparsamere Verwendung des Einkommens zu ermöglichen.

Neben der Teuerung wirken preissteigernd vor allem die Gestaltung der Zollpolitik, die Massnahmen, die von den Produzenten der Nahrungsmittel und von der Steuergesetzgebung immerfort von neuem ergriffen werden. Sodann die Zwischenhändler. Den letzteren ist der Vorwurf zu machen, dass sie Preiserhöhungen gern und willig und oftmals in höherem Masse folgen, als das gerechtfertigt ist, während sie andererseits nur zögernd eine Ermässigung der Warenpreise eintreten lassen.

Die Konsumvereine haben im Preiskampf als Preisregulatoren zu fungieren. Dass sie dieser Aufgabe mit Erfolg nachkommen, zeigt uns das vorliegende Jahrbuch wieder aufs deutlichste. Mehrfach waren die Konsumvereine imstande, Seefische zu geringeren Preisen an ihre Mitglieder abzugeben als die städtischen Seefischverkäuferstellen, die von einzelnen Städteverwaltungen eingerichtet worden sind. (Essen, Katernberg, Buer, Düsseldorf). U. a. erklärte z. B. der Bürgermeister von Stolberg (Rheinland), ein besonderes Eingreifen der Stadt zur Bekämpfung der Teuerung durch Errichtung städtischer Warenmärkte sei nicht erforderlich, weil grösstenteils die minderbemittelte Bevölkerung als Mitglied der Konsumvereine in der Lage sei, ihre Lebensbedürfnisse mindestens ebenso gut und billig einzukaufen, wie sie ihr von der Stadt beschafft werden könnten.

Eine ganze Reihe von wirtschaftlichen und politischen Gruppen sprechen jedoch den Konsumvereinen jegliche volkswirtschaftliche Existenzberechtigung ab und vereinigen sich im Kampfe wider die Konsumentenorganisationen.

Das Jahrbuch zählt allein gegen 30 Handelskammern und Handwerkskammern auf, die in z. T. äusserst tendenziös gefärbten, die Tatsachen entstellenden Berichten und Gutachten gegen die Konsumvereine Stellung nehmen.

Der Grundirrtum, über den man bis zur Stunde in Mittelstandskreisen noch nicht hinausgekommen ist, ist der, dass ganz entgegen der historischen Entwicklung immer wieder angenommen und behauptet wird, die Konsumvereine verschulden durch ihre Existenz die missliche Lage der Kleinhändler und Gewerbetreibenden; während gerade umgekehrt, die ungesunde Lage des Mittelstandes einer wirtschaftlichen Bewegung rief, deren Produkt zum Teil die Konsumvereine sind.

Durch reiches Tatsachenmaterial, das alljährlich neu ergänzt und im Jahrbuch sorgfältig bearbeitet wird, werden alle die irrigen Ansichten und Schlüsse der Mittelstandsmänner glänzend widerlegt.

Eingefasst wird dieses Tatsachenmaterial durch wertvolle Aussprüche hervorragender Fachgelehrter, die rückhaltlos für die volkswirtschaftliche und sozialpolitische Bedeutung der Konsumvereine eintreten.

Erfreulich und ermutigend ist es, dass die gelehrte Welt mit seltenen Ausnahmen die ungerechte steuerliche Belastung der Konsumvereine verwirft. Unbekannt ist uns bis jetzt gewesen, dass auch Ernst Abbe in Steuerfragen offen auf die Seite der Konsumvereine getreten ist. Ernst Abbe war

nicht nur Gelehrter von Weltruf, sondern auch ein erfolgreicher Praktiker (Zeiss-Werke in Jena), der sich daneben noch auszeichnete durch ein hervorragendes Verständnis für die sozialen Anforderungen unserer Zeit.

Das uns vorliegende Jahrbuch berichtet nun, dass Prof. Abbe, als an seinem Wohn- und Wirkungsorte Jena die Frage der Besteuerung der Konsumvereine aufgerollt wurde, auch zu dieser Frage in einem Vortrage Stellung genommen habe. Dieser Vortrag ist im Band III seiner gesammelten Abhandlungen unter dem Titel «Zur Frage der Sonderbesteuerung der Konsumvereine» abgedruckt worden. Die folgenden Ausführungen Abbes verdienen festgehalten und allgemein bekannt zu werden:

«Ein Konsumverein, sofern er seinem Zwecke gemäss als Einkaufsgenossenschaft verfährt und die Abgabe seiner Waren auf seine Mitglieder beschränkt, *kann keinen Gewinn haben*, also keine Einnahme im steuerrechtlichen Sinne. Was ein solcher Verein am Ende des Jahres unter dem Namen einer Dividende (lies Rückerstattung) seinen Mitgliedern ausbezahlt, ist nur das Geld, das er im Laufe des Jahres den einzelnen bei der Verteilung der Waren zu viel abgenommen hat — aus Gründen der Zweckmässigkeit und zur Sicherung einer geordneten Finanzwirtschaft; es ist aber kein Gewinn den der Verein wirklich gemacht hätte. Und für das einzelne Mitglied ist die Dividende (lies Rückerstattung), die es vom Verein empfängt, ebenfalls kein «Gewinn», d. h. kein neuer Erwerb, sondern lediglich die Minderung an Ausgaben, die es dadurch erreicht, dass es seinen Bedarf in Gemeinschaft mit anderen im grossen eingekauft und bar bezahlt hat. Alle Einkommensbesteuerung hat bisher streng die beiden Grundsätze respektiert: erstens, dass lediglich der Erwerb steuerpflichtig sei, nicht die Ersparnis an Ausgaben, die einer haben kann, indem er sich besser einrichtet als ein anderer; zweitens, dass jeder Erwerb nur einmal zu besteuern sei, nicht ein und derselbe Erwerb ein und derselben Person unter anderem Namen zum zweitenmal herangezogen werden dürfe. . . . . Die Einkommensbesteuerung der Konsumvereine trifft keinen Erwerb, sondern die Ersparnis an Ausgaben, und sie ist eine Doppelbesteuerung, weil die Ersparnis, die in Form der Dividende (lies Rückerstattung) den Mitgliedern des Konsumvereins erwächst, von jedem einzelnen schon vorher als Teil seines Erwerbs steuerpflichtig gewesen und versteuert worden ist. Was einer an Ausgaben ersparen kann, muss er doch schon besitzen; also muss er es auch als Erwerb oder Einkommen schon versteuert haben. Die landesgesetzlich jetzt eingeführte Besteuerung der Konsumvereine für Staat und Gemeinde ist also, weit entfernt, einer Gerechtigkeitsforderung zu entsprechen, selbst schon eine Ausnahmeregel, eine willkürliche Sonderbesteuerung derjenigen Volkskreise, die durch Anschluss an eine Einkaufsgenossenschaft Erleichterung ihrer Wirtschaftsführung suchen.»

* * *

Dies sind nur einige Stichproben aus der Fülle des Inhaltes, des uns zur Besprechung vorliegenden Jahrbuches. Auf die zahlreichen statistischen Angaben und Tabellen können wir an dieser Stelle nicht näher eintreten. Auf die eine oder die andere interessante Angabe werden wir noch an anderer Stelle später zurückkommen.

Während die ersten 256 Seiten des I. Bandes zur Lektüre und Studium nur zu empfehlen sind, bietet der 2. Teil des ersten Bandes und der ganze zweite Band vorwiegend Interesse als Nachschlagewerk, das dem genossenschaftl. Praktiker unentberlich wird.

Von dem neuen, in diesem Jahre noch zur Ausgabe gelangenden Jahrbuche, schreibt der Herausgeber des vorliegenden Werkes: Seine Aufgabe ist es, in immer weitere Kreise die Kunde zu tragen von der unermüdlichen Arbeit ungezählter Genossenschafter in allen Kulturländern, die bestrebt sind, die Minder- und Unbemittelten zu lehren, wie sie aus eigener Kraft ihre wirtschaftliche Lage heben und dadurch zugleich auch dem Wohl ihres Volkes in seiner Gesamtheit dienen. Seine Aufgabe ist es, Zeugnis abzulegen von den hohen Idealen, die die Genossenschafter aller Länder durchdringen und an deren Verwirklichung sie überall ohne Unterschied der politischen Richtung und der religiösen Ueberzeugung, einträchtig miteinander arbeiten. Seine Aufgabe ist es, ein Markstein zu sein auf dem Wege zum höchsten Ziele der Genossenschaftsbewegung, die alle Menschen als Brüder zu einer grossen Gemeinschaft vereinigen wird.

Diese Hoffnung und dieser Wunsch, die an die Herausgabe des neuen Jahrbuches geknüpft werden, wurden bereits reichlich in den vorliegenden Jahrgängen erfüllt. Wir wissen daher auch, dass der neue Jahrgang alle Erwartungen, die an ihn gestellt werden, vollauf rechtfertigen wird.

Der Eierhandel

von David Weidenfeld.

(Nach einem Referat des Verfassers im Handelswissenschaftlichen Seminar der Universität Zürich (W.-S. 1911/1912).

(Schluss.)

d) Die Importländer.

Als grosse Importländer gelten England, Deutschland, Frankreich und die Schweiz. Wir wollen hier auf die eingehendere Behandlung Frankreichs verzichten. Dieses hat selbst eine grosse Produktion an Eiern. Grössere Mengen werden sogar ins Ausland, nach England, Holland und Belgien exportiert; dagegen importiert Frankreich selbst wieder viele russische, rumänische und bulgarische Eier. Der Mehrimport, also Gesamtimport abzüglich Export erreichte im Jahre 1907 205,000,000 Stück Eier im Werte von Fr. 14,425,000.

Das wichtigste Eierimportland ist England. London besitzt den grössten Eiermarkt. Die Preise der Londoner Börse sind überall massgebend. Am Montag werden die Börsenpreise notiert und sofort telegraphisch nach allen Weltrichtungen bekannt gegeben. Die wichtigsten Handelsplätze in England sind neben London, Manchester und Liverpool.[1])

Am englischen Import beteiligt sich Russland am stärksten, aber auch der irische Eierexport nach England und Schottland ist recht bedeutend.

Im Jahre 1910 wurden aus dem Auslande nach England 18,344,137 Grosschock zu 120 Stück oder 2201 Millionen Stück Eier, oder 76 Millionen Stück (3,4%) mehr als im Vorjahre eingeführt.

Daran waren folgende Staaten[2]) beteiligt:

	Grosschock		im Werte von	
Russland	9,217,586	50,2 %	78,7	Mill. Kr.
Dänemark	3,647,139	19,9 %	41,5	»
Oesterr.-Ung.	1,370,121	7,47%	13,3	»
Deutschland	507,307	2,77%	7,80	»
Frankreich	907,599	4,96%	10,00	»
Italien	746,841	4,07%	8,4	»
Kanada	1,860	0,01%	0,026	»
Andere Länder	1,945,684	10,57%	18,146	»
Zusammen	18,344,137		177,872	»

Zu bemerken ist noch, dass die Zahlen von Deutschland Oesterreich-Ungarn zuzuzählen sind, da

[1]) Es mag hier erwähnt werden, dass im Eierhandel die Börse nicht diese grosse Rolle spielt, wie es vielleicht den Anschein erwecken könnte. Die meisten Geschäftsabschlüsse finden auf telegraphischem Wege zwischen Exporteur und Importeur statt. Nur die Londoner und vielleicht auch die Berliner Börse haben für den Welt-Eier-Markt insofern eine Bedeutung, als die Preise überall sich nach den Notierungen dieser Börsen richten. Dagegen haben die Eierbörsen in den Exportländern nur eine geringe lokale Bedeutung. Ausführlicheres findet man bei Sonndorfer in seiner schon erwähnten Schrift.

[2]) «Das Handelsmuseum» Nr. 25, Wien 1911.

Deutschland keine Eier exportiert und diese Zahlen dem Zwischenhandel Deutschlands mit österr. Eiern zuzuschreiben sein dürften.

Aus den obigen Zahlen ersehen wir, dass der englische Markt der allerbedeutendste für Russland ist. Nach der offiziellen Statistik importiert zwar Deutschland mehr als England.

Im Jahre 1906 importierte

England 2,265,000 St. im Werte v. 170,355,000 Kr.
Deutschland 2,454,000 » » 177,600,000 »

Es dürften aber viele nach Deutschland importierte Eier wiederum nach England exportiert worden sein. Jedenfalls steigt der Import in Deutschland rapid. Im Jahre 1910 hat Deutschland Eier im Werte von 200 Millionen importiert.

Die raschere Entwicklung Deutschlands für den Eierimport hängt mit der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung zusammen. Als Hauptimportländer für Deutschland kommen in erster Linie Oesterreich-Ungarn in Betracht; erst in zweiter Linie folgt Russland. England und Deutschland sind somit die bedeutendsten Importländer; sie haben zusammen im Jahre 1910 Eier im Werte von 318 Millionen Mark importiert.

In weitem Abstand reiht sich die Schweiz als Importland ein. Im Verhältnis zu ihrer Einwohnerzahl aber marschiert sie an der Spitze der konsumierenden Länder. Im Jahre 1910 wurden für 17 Millionen Franken Eier eingeführt.[1]) Die Einfuhr in die Schweiz steigt von Jahr zu Jahr. Im Jahre 1895 erreichte der Import nur etwas mehr als 8 Mill. Fr. Zürich soll mehr als 20,000 Kisten zu 1440 Stück im Jahre konsumieren.

An den importierten Eiern beteiligen sich Italien, Oesterreich-Ungarn, der Balkan und endlich Russland. Im Schweizer Handel spricht man von zwei Eiersorten, und zwar von Italienern und Bulgaren. Unter letzteren versteht man wahrscheinlich alle nicht aus Italien kommenden Eier. Die italienischen Eier stehen im Preise bedeutend höher als die übrigen.

e) Schlussbetrachtungen über den Eierhandel.

Im Verlaufe unserer Untersuchung erwähnten wir bereits, dass die häufigen Preisschwankungen zu Spekulationen anreizen, die aber genau so wie andere Spekulationen mit grossen Risiken verbunden sind. Unter derartigen Verhältnissen trägt auch der reelle Handel sowohl die Gefahr grosser Verluste, als auch die Möglichkeit grosser Gewinne in sich. Spekulationslüsterne Elemente mit etwas Vermögen, aber ohne Fachkenntnisse, drängten sich mit Vorliebe gerade an diesen Handel heran in der Hoffnung, ihre spekulativen Neigungen in dieser Tätigkeit befriedigen zu können . Es ist klar, dass solche Elemente den reellen Handel äusserst gefährden. Die Preise werden künstlich in die Höhe getrieben, ohne sichere Aussicht auf Gewinnerfolg zu bieten. Die altbewährten und reellen Händler werden, oft wider ihren Willen, von der Haussebewegung mitgerissen und müssen alsdann zum Schaden, sowohl der Produzenten als auch der Konsumenten, alle die gefährlichen und jedem reellen Handel hohnsprechenden Manipulationen der Spekulanten mitmachen, wollen sie nicht riskieren, vom Einkaufshandel ausgeschaltet zu werden.

Es machen sich daher schon seit langem gewisse Strömungen geltend, wonach einzelne Händler versuchen, untereinander gewisse Uebereinkünfte zu treffen, und beim Eiereinkauf das spekulative Moment nach Vermögen auszuschalten und es den einzelnen Einkäufern möglich zu machen, die Ware sofort und in frischem Zustande mit Nutzen verkaufen zu können. Solche Uebereinkünfte müssen geheim gehalten werden, denn sobald die Spekulanten davon erfahren, setzt die Konkurrenz ein und verdirbt das Spiel. Es ist aber sehr schwierig, derartige Verabredungen streng geheim zu halten, und bisher schlugen sie auch in der Regel fast immer fehl. Diese kleinen Syndikate hatten bisher nur einen lose bindenden Charakter. Es wurde damit hauptsächlich versucht, den Einkauf zu regeln. Zu Beginn jeder Woche werden die Preise für den Einkauf festgesetzt, über welche die Kontrahenten nicht hinausgehen dürfen.

Neben dem Zusammenschluss zu Preisverabredungen, vereinigen sich zeitweilig gewisse Händler in den kleinen Städten zu gemeinsamen Verkäufen. Diesen Vorgang treffen wir dort an, wo sich Kleinexporteure finden, die einzeln eine ganze Ladung nicht umsetzen können. Vereinigen sich aber zwei bis drei Exporteure zur gemeinsamen Verwertung einer Eierladung, so treten sie alsdann nach aussen als ein Exporteur auf. Eine solche Verbindung hat sowohl einen privaten als auch einen volkswirtschaftlichen Vorteil. Durch das gemeinsame Auftreten können einmal bessere Preise erzielt werden. Der gemeinsame Verkauf ermöglicht dann aber auch die Benützung des Vorteils der billigeren Frachtsätze und der rascheren Transportmöglichkeiten.

Neben diesen vereinzelten, mehr lokalen Verabredungen im Exportlande begegnen uns analoge Uebereinkünfte im Importlande, ebenfalls mit lokalem Charakter. Ihr Zweck ist, die Ware den Migrossisten und den Kleinhändlern nicht unter einem bestimmten Preise zu verkaufen; das Unterbieten der Preise bei der Kundschaft soll verhindert werden. In Verbindung mit den Preiskonventionen finden wir bereits auch Vereinbarungen über eine Art der Kontingentierung der Kundschaft, d. h. es werden Normen aufgestellt in dem Sinne, dass ein Händler dem Kunden des andern seine Ware nicht anbieten darf.

Von grossen Eierimport- und Exportfirmen ist schon wiederholt die Frage aufgeworfen worden, ob die Schaffung eines Welteierhandels-Syndikates nicht möglich und von Vorteil wäre. Dass dieser grosszügige Gedanke bisher nur Wunsch geblieben ist, beweist, mit welch grossen Schwierigkeiten seine Lösung verbunden ist. Bei näherer Prüfung dieses Gedankens kommen wir sogar zu der Ueberzeugung, dass ein solches Weltsyndikat ganz und gar unrealisierbar sei. Weltkartelle oder internationale Syndikate, die bestimmte industrielle oder landwirtschaftliche Produkte der gesamten Kulturwelt vollständig umfassten, sind bis heute sozusagen gar keine oder nur sehr wenige zustande gekommen. Gewöhnlich beschränkte man sich bis dahin auf die Umspannung eines oder mehrerer Länder.

Um den Eierhandel erfolgreich zu kartellieren, müsste man aber tatsächlich ein Weltkartell gründen, da zwischen den Importländern und den Exportländern eine gegenseitige Abhängigkeit besteht. Der Eierhandel hat den Charakter des Welthandels angenommen. Die Preise, welche überall, selbst in den kleinsten Städten Russlands, im Balkan etc. notiert werden, sind Weltmarktpreise. Jede kleine Aenderung auf dem Weltmarkt wird sofort überall fühlbar.

Die grossen, unüberwindlichen Schwierigkeiten für ein solches Weltsyndikat sind aber folgende: Wir wissen, dass Kartelle und Uebereinkünfte dort am

[1]) Die Zahlen für die Schweiz sind den statistischen Jahrbüchern der Schweiz entnommen.

leichtesten durchführbar sind, wo entweder in ganz grossen Mengen produziert oder in ganz grossen Mengen konsumiert wird (d. h. wo Produktion resp. Konsumation leicht zu übersehen ist). Beides trifft jedoch beim Eierhandel nicht zu. Die Eier werden in ganz geringen Mengen bei unzählig vielen kleinen Bauern produziert, und sie werden wiederum einzeln oder in sehr geringen Mengen von hunderttausenden von einzelnen Hausfrauen dem Konsum zugeführt. Jedes Kartell ist nur dann wirksam, wenn es einen Monopolcharakter hat, auch wenn es nur beschränkte Grenzen annimmt. Wie möchte man nun aber den Eiereinkauf monopolisieren? Es müsste mit jedem einzelnen Bauer ein Vertrag abgeschlossen werden, des Inhalts, dass er nur dem Syndikat verkaufen dürfe. Dies ist aber in der Praxis einfach unmöglich, so dass sich darüber zu verbreiten erübrigt.

* * *

Zum Schlusse interessiert uns noch die Frage, ob sich im internationalen Eierhandel auch genossenschaftliche Formen nachweisen lassen.

Die isoliert dastehenden Bauern der Produktionsländer stehen den Eiereinkäufern im grossen und ganzen wehrlos gegenüber. Der Grosskäufer diktiert die Preise.

In neuester Zeit versuchen nun die Bauern, sich Waffen zu schmieden, um durch Verkaufsgenossenschaften bessere Preise zu erzielen. Diese Bewegung ist aber noch zu jung, um bereits darüber ein Urteil fällen zu können, ob sie einige Aussichten hat, Einfluss auf die Marktlage zu gewinnen.

Nur wenig oder gar keine Aussicht auf Erfolg haben diese Bauern-Verkaufsgenossenschaften — wenigstens auf absehbare Zeit —, sollten sie neben der Warenpreisbeeinflussung, die direkte Ausschaltung der Exporteure verfolgen. Die notwendige hohe Entwicklung der Verkaufsgenossenschaften einerseits, und die unerlässlichen kaufmännischen Fähigkeiten andererseits, fehlen den Bauern in den Eierproduktionsländern noch vollständig.

Ganz andere Aussichten dagegen winken den in Konsumgenossenschaften organisierten Konsumenten, wenn diese in direkte Beziehungen entweder zu den Bauern-Verkaufsgenossenschaften oder zu den Eierexporteuren treten könnten. Abgesehen von der eintretenden Verbilligung des Produktes, könnte der Eierspekulation mit Erfolg ein Riegel geschoben werden, was zur weiteren Folge hätte die Ermöglichung, die Ware kurz nach ihrer Produktion den Konsumenten zuzuführen. Durch eine direkte Verbindung der Konsumgenossenschaften mit den grossen Produktionsländern könnte den Konsumenten selbst in den ganz heissen Sommermonaten frische Ware angeboten werden.

Den nationalen Konsumvereinsverbänden und ihren Grosseinkaufszentralen steht es zu, an die Lösung dieser gewiss schwierigen, aber verheissungsvollen Aufgabe zu treten.

Import der europäischen Staaten im Jahre 1906*)

Name des Landes	Menge in Millionen kg brutto	Menge in Mill. Stück	amtl. festgestellter Einkaufswert in österreich. Kronen umgerechnet	100 Stück stellen sich auf Kronen
England	138,000	2265	170,355,000	7,52
Deutschland	149,643	2454	177,600,000	7,24
Frankreich	12,496	205	14,425.000	7,03
Belgien	5,854	96	6,960,000	7,25
Schweiz	11,401	188	13,670,000	7,63
Spanien	2,534	42	3,150,000	7,50
Schweden	2,073	34	1,839,000	5,41
Norwegen	0,084	1,4	92,400	6,60
Finnland	1,805	29,6	1,635,000	5,11
Holland	1,067	17,5	1,265,000	7,25
Griechenland	0,323	5,5	106,000[1])	—
Summe:	325,390	5338	391,098,000	—

[1]) Die Annahme des statistischen Amtes von Griechenland für 100 Stück zu Fr. 2.— kann nicht richtig sein.

Dieser Import wurde durch folg. Staaten gedeckt:

Name des Landes	Menge in Millionen kg brutto	Menge in Mill. Stück	amtl. festgestellter Ausfuhrswert in österreich. Kronen umgerechnet	100 Stück stellen sich auf Kronen
Russland	172,744	2833	140,941,000	4,97
Oesterreich-Ungarn	59,004	966	62,757,000	6,49
Dänemark	17,927	294	25,269,000	8,60
Balkanstaaten	35,366	580	31,683,000	5,46
Italien	31,116	511	51,900,000[2])	**10,15**
Aegypten	3,780	62	2,591,000	4,15
Marokko	4,268	70	4,200,000	6,00
Kanada	1,707	28	2,553,000	9,12
Portugal	0,732	12	900,000	7,50
Summe:	326,644	5356	328,794,000	—

[2]) Diese Angabe des Wertes von Seite des italienischen statistischen Amtes kann nicht richtig sein, da der angenommene Preis von 10,15 Kr. in Wirklichkeit nicht vorkommt.

*) Diese Tabelle ist Sonndorfers schon erwähnter Abhandlung entnommen.

Eierimport der Schweiz.*)

In den Jahren	in 100 kg netto	Wert in Fr.	daran waren beteiligt: Deutschland	Oest.-Ungarn	Frankreich	Italien	Balkanländer	Russland	Türkei
			Wert in Franken:						
1901	89,015	10,537,000	203,000	3,404,000	1,715,000	4,398,000	675,000	108,000	—
1902	99,570	11,915,000	193,000	3,343,000	1,625,000	3,960,000	2,218,000	411,000	165,000
1903	104,562	12,573,000	243,000	3.370,000	1,575,000	3,741,000	2,593,000	599,000	452,000
1904	106,797	12,897,000	373,000	2,852,000	1,609,000	3,764,000	2,993,000	—	—
1905	109,620	13,646,000	438,000	2,340,000	1,663,000	5,272,000	2,536,000	746,000	650,000
1906	114,403	14,882,000	331,000	2,682,000	1,729,000	4,764,000	3,761,000	745,000	863,000
1907	117,865	15,558,000	384,000	3,681,000	1,497,000	4,617,000	3,650,000	925,000	798,000
1908	123,251	16,392,000	346,000	3,684,000	1,500,000	4,973,000	3,687,000	1,524,000	674,000
1909	122,270	16,975,000	396,000	3,452,000	1,790,000	4,464,000	3,916,000	1,842,000	1,108,000
1910	125,752	16,347,000	298,000	4,397,000	1,608,000	4,012,000	3,536,000	1,161,000	1,332,000
1911	143,821	19,560,000	334,000	5,010,000	1,517,000	3,788,000	6,072,000	1,313,000	1,521,000

*) Diese Tabelle ist nach den Angaben der statistischen Jahrbücher der Schweiz zusammengestellt.

Anleitung zur Ausfüllung

des

statistischen Fragebogens pro 1912.

In erfreulicher Zahl sind die statistischen Fragebogen für das Rechnungsjahr 1912 bei uns eingegangen. Bei der Ueberprüfung der erhaltenen Antworten mussten wir aber wiederum feststellen, dass die Grosszahl der Antworten nur unvollständig ausgefallen, ja z. T. ganz unrichtig sind. Nach den bis zur Stunde verarbeiteten Bogen zu urteilen, muss leider konstatiert werden, dass statt einer Besserung in der Beantwortung der Fragen, sogar eine Verschlechterung eingetreten ist.

Die Schuld an dieser Verschlechterung mag z. T. die gegenüber den Vorjahren etwas kompliziertere Fragestellung tragen; doch lassen sich diese Schwierigkeiten bei etwas Geduld und mit gutem Willen leicht überwinden. Die tiefere Ursache liegt unseres Erachtens anderswo. Um unseren Vereinen ihre Arbeit zu erleichtern und ihnen unnötige Mühe zu ersparen, haben wir einzelne Fragen nach dem uns zur Verfügung stehenden Material bereits selbst beantwortet.

Dieses Vorgehen scheint nun aber bei einer Anzahl Vereinsverwaltungen die Meinung geweckt zu haben, der Verbandsstatistiker solle gleich ganze Arbeit machen und überhaupt sämtliche Fragen selbst zu beantworten suchen. Diese unausgesprochene Aufforderung zu erfüllen, ist natürlich vollständig unmöglich. Wir beantworteten eben nur das, was wir konnten. Für die übrigen Fragen müssen die einzelnen Vereine einspringen und unserer statistischen Abteilung helfend zur Seite stehen. Auch bei unseren statistischen Arbeiten, die, obwohl zeitraubend — wir räumen das ohne weiteres ein — eben doch unerlässlich sind, ist gemeinsame, genossenschaftliche Arbeit notwendig. Die Ausbeutung und Verarbeitung der einzelnen Fragebogen verlangt vom Statistiker grosse Geduld, besonders sorgfältige Arbeit und peinliche Exaktheit. Diese mühevolle Arbeit könnte ebenfalls wesentlich erleichtert werden, dürfte unser statistisches Personal die Gewissheit haben, dass unsere Vereine ihnen freudig helfen möchten.

Nicht wenige der irrtümlich beantworteten Fragen beruhen auf missverständlicher Auffassung derselben. Um hier mehr Klarheit zu schaffen, möchten wir auf Grund unserer Beobachtungen im folgenden einzelne Fragen kurz kommentieren. Wir bitten die Vereinsverwaltungen dringend, unseren wohlmeinenden Ausführungen die nötige Beachtung zu schenken.

Frage 2. Es kommt nicht selten vor, dass ein Verein in einem Jahr als Wirtschaftsgebiet eine bestimmte Zahl Gemeinden namentlich aufführt. Im folgenden Jahre dagegen werden nur diejenigen Gemeinden angegeben, in welchen Läden unterhalten werden.

Ist prinzipiell in einem Jahr kein altes Gebiet aufgegeben oder neues erworben worden, sollen stets die nämlichen Gemeinden wieder aufgeführt werden, die bereits im vorjährigen Fragebogen enthalten sind. Zum Wirtschaftsgebiet eines Vereins gehören aber nicht nur die Gemeinden, in welchen Läden oder Depots unterhalten werden, sondern auch diejenigen Gemeinden, auf die sich die genossenschaftliche Tätigkeit des Vereins früher oder später noch ausdehnen soll.

Frage 4 verlangt nicht die Aufzählung der politischen Gemeinden, sondern aller Ortschaften mit Läden. Hier, wie auch in

Frage 6, ist der Bestand am Schlusse des Rechnungsjahres anzuführen.

Als Angestellte (Frage 6) sollen nicht angeführt werden Personen, die nur im Nebenberuf in der Genossenschaft tätig sind, wie z. B. Aushilfsverkäuferinnen, Aushilfsmagaziner, Verwalter im Nebenamt.

Als Salär der Angestellten in der Eigenproduktion betrachten wir nur die eigentliche Entschädigung für die geleistete Arbeit (Lohn inkl. freie Wohnung u. ä.), nicht aber eventuelle Entschädigungen für Anschaffung von Produktionsbeilagen (Hefe, Salz, Milch etc.), die den angekauften Waren anzurechnen sind; oder Miete von Lokalen zu Zwecken der Eigenproduktion, die unter Mietzinsausgaben aufzuführen sind.

Zu *Frage 7* haben wir zu bemerken, dass nach unseren Beobachtungen der Umsatz auf ganz verschiedene Weise berechnet wird. Wir verstehen jedoch unter Umsatz nur den Betrag der von der Genossenschaft oder von Rabattlieferanten an die Mitglieder oder Nichtmitglieder gegen bar oder auf Kredit abgegebenen Waren, nicht aber etwa den Betrag der vom Verkaufslokal bezogenen Waren oder schliesslich die Bareinnahmen für abgegebene Waren. (Falls der Umsatz nach der letztern Art berechnet ist, hat man nur die Ausstände vom Schlusse des Jahres hinzu und die Ausstände vom Anfange des Jahres abzuzählen, und erhält so den eigentlichen Warenumsatz.)

Umsatz im eigenen Betriebe ist nicht gleichbedeutend mit Eigenproduktion, sondern bedeutet, im Gegensatz zum Umsatz im Rabattverkehr, den Betrag sämtlicher von der Genossenschaft abgegebenen Waren.

Wir ersuchen unsere Vereine, auch die Rubriken «Umsatz mit Mitgliedern» und «Umsatz mit Nichtmitgliedern» zu berücksichtigen und danach, wenn immer möglich, den Gesamtbetrag des Umsatzes zu spezifizieren.

Unter der Rubrik «Betrag der von anderen Verbandsvereinen im Berichtsjahre bezogenen Waren» sollen nicht die Ankäufe bei allen Lieferanten ausser dem V. S. K., sondern nur die Bezüge bei andern Verbandsvereinen (also Konsumvereinen) aufgeführt werden.

Bei *Frage 8* wird, wie auch bei den Fragen 9 und 10, sehr oft die Anmerkung, die von grosser Wichtigkeit ist, übersehen.

Der Umsatz muss dem «Umsatz im eigenen Betriebe» der Frage 7 entsprechen. Allfällige Retoursendungen, Rückvergütungen usw. sollen vom Ankaufspreis der Waren abgezogen werden.

Bei Vereinen, die ein Verkaufslokalkonto führen, kann eine unserm Schema entsprechende Warenrechnung aufgestellt werden durch Vereinigung des Waren- und Verkaufslokalkontos und Streichung der von einem Konto auf das andere übertragenen Posten, wie Inventare zu Verkaufspreisen und an das Verkaufslokal abgelieferte Waren.

In *Frage 9* sollen sämtliche Vermittlungs- und Produktionsspesen enthalten sein.

Für die von der Genossenschaft und von Angestellten ohne die Bezahlung eines Mietzinses benützten Räumlichkeiten von, der Genossenschaft gehörenden Liegenschaften, ist der Mietwert zu berechnen und mit den Einnahmen für die an Dritte vermieteten Wohnungen usw. unter Mietzinsen-Einnahmen einzustellen. Der Gegenwert ist unter Miet-

zinsen-Ausgaben resp. Saläre der Angestellten einzusetzen.

Bei «Saläre und Löhne der Angestellten» sollen nur die, an die unter 6a aufgeführten Angestellten entrichteten Belöhnungen angeführt werden, nicht aber Taglöhne, Entschädigungen an Aushilfsverkaufspersonal, -magaziner usw. und an den Vorstand.

Abschreibungen auf Betriebsrechnung und Reserveeinlagen sind hier nur anzuführen, falls sie vor Ermittlung des Nettoüberschusses vorgenommen wurden, im andern Falle aber unter Frage 10.

Frage 11 erfordert die Spezifikation der Reserven nach erfolgter Verteilung des Nettoüberschusses.

Bei *Frage 12* wird mancherlei übersehen. Zinsen z. B. sollen, wenn sie nicht sofort vollständig zum Kapital geschlagen werden (Hypotheken, grösstenteils Anteilscheine, Bankschulden, Obligationen), nicht unter dem entsprechenden Posten, sondern unter andern Passiven angeführt werden.

Unter Warenlager dürfen nicht Ausstände, Markengeld, Bestand der Ladenkasse u. ä., sondern nur den durch die Inventur ausgewiesenen Wert der eigentlichen Waren enthalten. Der Betrag muss, falls nicht ein Teil des Nettoüberschusses zu Abschreibungen am Warenlager verwendet worden ist, mit dem in der Warenrechnung eingesetzten «Warenlager am Schlusse des Geschäftsjahres» übereinstimmen.

Bei den Anteilscheinen ist zu unterscheiden zwischen:

1. obligatorischen resp. haftbaren Anteilscheinen, Mitgliederguthaben, Vorschüssen usw.;
2. nicht haftbaren resp. über das Obligatorium hinausgehenden Anteilscheinen usw.;
3. dem noch nicht einbezahlten Betrag der unter 1 angeführten Anteilscheine usw.

Bei 1 muss der gesamte obligatorisch gezeichnete Betrag in jedem Falle eingesetzt werden. Falls von den über das Obligatorium hinausgehenden Anteilscheinen nur der einbezahlte Betrag haftbar ist, soll nur dieser eingesetzt werden, im andern Falle auch der noch nicht einbezahlte.

Bei 2 soll nur der einbezahlte Betrag aufgeführt werden.

Der Betrag unter Ziffer 3 soll die Differenz darstellen zwischen dem aufgeführten gezeichneten und dem wirklich einbezahlten Betrag.

Die Anteilscheine beim V. S. K. sollen unter «andern Wertschriften» und nicht unter «Obligationen beim V. S. K.» eingesetzt werden.

Man möge auch genau auseinanderhalten: «Warenschulden beim V. S. K.» und «Warenschulden bei andern Lieferanten», ferner «Bankschulden beim V. S. K.» und «Schulden bei andern Banken». Unter «Schulden bei andern Banken» sind auch Obligationen von Nichtmitgliedern, Darlehen von Privaten u. ä. aufzuführen.

Der Betrag «Rückvergütungen» soll genau mit dem in der «Verwendung des Nettoüberschusses» eingesetzten Betrag übereinstimmen. Aus dem Vorjahre herstammende Reste sollen, je nachdem sie passiv oder aktiv sind, in den «Andern Aktiven» oder «Andern Passiven» enthalten sein.

Bei Semesterrechnung muss der gesamte Ueberschuss der ersten Semesterrechnung abzüglich «Vortrag auf neue Rechnung» sowohl in Frage 10 auf die einzelnen Posten verteilt, als auch in Frage 12 unter «Rückvergütungen» und «Andern Passiven», sowie der Gegenwert unter «Andern Aktiven» eingesetzt werden; in Frage 12 die Reserven und Abschreibungen allerdings nicht, da sie ja bereits in andern Posten inbegriffen sind.

Bei *Frage 15* sollen nicht An-, sondern Verkaufspreise aufgeführt werden.

Bei *Frage 17* wird oft vergessen, den Betrag der Eigenproduktion in Brot anzugeben, ebenso Schuhreparaturen u. ä.

Die weiteren Fragen werden im allgemeinen richtig und mit Verständnis beantwortet.

Gerne hoffen wir, es sei uns mit diesen wenigen Bemerkungen gelungen, mehr Klarheit in bezug auf die Fragestellung gebracht zu haben, und es sei den Vereinsvorständen damit möglich gemacht, die Fragebogen ohne sinnstörende Fehler zu beantworten. Nach wie vor sind wir jederzeit gerne bereit, auf Ersuchen mit weiteren schriftlichen Erklärungen aufzuwarten.

In erster Linie liegt es nun in der Hand unserer Verbandsgenossenschaften, es uns zu ermöglichen, durch rasch aufeinanderfolgende Einsendung der rückständigen Fragebogen die statistischen Erhebungen für das Jahr 1912 früher zu publizieren, als die Erhebungen für das Jahr 1911. *H.*

Der Allgem. Consumverein Basel im Jahre 1912.

Bereits sind Bericht und Rechnung über das 47. Betriebsjahr des A. C. V. Basel dem Genossenschaftsrat zugestellt worden, der sich in seiner nächsten Sitzung vom 4. April damit zu beschäftigen haben wird.

Trotzdem die Rechnungen noch nicht definitiv abgenommen worden sind, befinden wir uns in der angenehmen Lage, schon heute die wichtigsten Ergebnisse dem sorgfältig abgefassten Jahres- und und Rechnungsberichte entnehmen zu können, um sie unsern Lesern mitzuteilen. Wir wissen, dass wir damit einem lebhaft empfundenen Bedürfnis entgegenkommen, denn sowohl die schweizerischen, als auch die ausländischen Genossenschafter sind Jahr für Jahr darauf gespannt, von den Fortschritten und der weiteren Entwicklung unseres grössten schweizerischen Konsumvereins zu hören.

Wiederum kann mit Befriedigung über ein ausserordentlich günstiges Resultat, namentlich was den Umsatz anbelangt, berichtet werden. Brachte das Jahr 1911 eine Umsatzvermehrung von über einer Million Franken, so beträgt die Vermehrung des Jahres 1912 gegen drei Millionen Franken. In genauen Zahlen ausgedrückt, erreichte der Umsatz im Jahre 1912 Fr. 25,898,291.50 gegen Fr. 23,055,367.60 im Vorjahre. Die Zunahme beträgt also Fr. 2,842,923.90 oder 12,3%. Wir müssen bis auf das Jahr 1898 zurückgehen, um eine grössere prozentuale Umsatzvermehrung zu finden. Sie betrug damals 13,1%. Im Gegensatz zum Vorjahre hat die Warenabgabe nach auswärts stark zugenommen; die rückvergütungsberechtigte Konsumation ist nicht so stark, nämlich nur um 9,4% gestiegen; immerhin ist auch dieser Prozentsatz seit vielen Jahren, nämlich seit 1904 nicht mehr erreicht worden. Wenn schon die kolossale Steigerung des Gesamtumsatzes sehr ins Gewicht fällt, so ist die bedeutende Zunahme der rückvergütungsberechtigten Konsumation nicht minder erfreulicher Natur.

Den stärksten Umsatz weist wiederum das Milchgeschäft auf; er beträgt über 7 Mill. Franken

und ist gegenüber dem Vorjahre um rund Fr. 900,000 gestiegen. Die stärkste Umsatz-Steigerung dagegen erzeigt das Schlächtereigeschäft mit Fr. 1,092,551 (1912: Fr. 6,936,780 gegen 1911: Fr. 5,844,229). Beim Milchgeschäft hat die Vermehrung des Einnahmeüberschusses mit der Umsatzsteigerung nicht Schritt gehalten. Der Ueberschuss beträgt Fr. 190,000 gegen Fr. 229,000 im Vorjahre. Dieses Ergebnis findet seine Erklärung darin, dass im Mai 1912 der Verkaufspreis der Milch nicht erhöht wurde, trotzdem der durchschnittliche Einkaufspreis gegenüber dem Wintersemester 1911/12 um $^1/_3$ Cts. per Liter in die Höhe gegangen war. Mit Rücksicht auf die Wichtigkeit des Milchkonsums für die Volksernährung nahm die Verwaltungskommission von einem Preisaufschlag Umgang. Den Konsumenten wurden damit Summen erspart, die im Hinblick auf den Totalverkauf von 24 Millionen Liter nicht unbedeutend sind. Ein ungünstiges Betriebsresultat erzeigt auch das Obst- und Gemüsegeschäft, das im Jahre 1912 mit aussergewöhnlich hohen Spesen zu rechnen hatte. Es wurden u. a. die Lagerräume auf dem Lysbüchel bezogen, und mit Rücksicht auf die immer noch zunehmende Teuerung die Verkaufspreise niedriger angesetzt, als es den Spesen entsprochen hätte.

Im allgemeinen ist jedoch das finanzielle Ergebnis des abgelaufenen Geschäftsjahres durchaus befriedigend. Die Mindererträge einzelner Abteilungen werden durch entsprechende Mehrerträgnisse in den übrigen Betrieben ausgeglichen. Das Jahresergebnis ist derart, dass nicht nur die Ausrichtung einer Rückvergütung von acht Prozent, sondern auch genügende Abschreibungen, sowie eine ansehnliche Amortisation der Eintrittsgelder für das Personal in die Versicherungsanstalt schweiz. Konsumvereine möglich geworden ist. Das gesamte Betriebsresultat des Jahres 1912 kann somit als ein günstiges bezeichnet werden.

Die Jahresrechnung schliesst mit einem Bruttoüberschuss von Fr. 2,188,136.20 ab, für welchen folgende Verwendung beantragt wird: Für Abschreibungen auf den Immobilien Fr. 90,456.36, auf den Mobilien Fr. 165,249.27, auf dem Pferdekonto Fr. 16,096.92, Zuteilung an die Unfallreserve Fr. 15,000, Amortisation der Eintrittsgelder in die Versicherungsanstalt V. S. K. Fr. 44,997.91, Vergabungen zu wohltätigen Zwecken Fr. 6000. Nach Abzug dieser Zuwendungen verbleibt ein Nettoüberschuss von Fr. 1,850,335.74 und von dieser Summe werden 5% = Fr. 92,306.— dem Reservefonds zugewiesen, so dass Fr. 1,758,029.74 als Rückvergütung an die Mitglieder verteilt und auf neue Rechnung Fr. 3820.70 vorgetragen werden können.

Gegen Obligationen schuldete der A. C. V. am 4. Januar 1913 Fr. 2,095,300, hiervon sind Fr. 1,005,800 zu $4^1/_4$%, Fr. 1,009,500 zu $4^1/_2$% und Fr. 80,000 zu $4^3/_4$% verzinslich. Zunahme gegenüber 1911 Fr. 213,800.

Die Depositenkasse weist einen Bestand von 5386 Einlegern mit einem Guthaben von Fr. 1,706,391.60 auf gegenüber Fr. 1,515,024.55 im Vorjahre, mithin eine Vermehrung der Depositeneinlagen von Fr. 191,367.05. Von den Rückvergütungen pro 1911 wurden Fr. 44,781.45 in die Depositenkasse eingelegt. In Depositenmarken betrug der Verkehr Fr. 19,879.80. Die Hypothekarschuld beträgt nur Fr. 630,000.— gegenüber Fr. 914,000.— im Vorjahre. Der Buchwert der Immobilien, nach Vornahme der Abschreibungen pro 1912, beziffert sich auf Fr. 4,591,000.— bei einer Brandlagerschatzung von Fr. 3,602,200 und einem Flächeninhalt von 55,506 m². Das Mobilienkonto steht mit Fr. 547,000.—, das Pferdekonto mit Fr. 35,000.— zu Buch. Der Reservekonto wird nach Genehmigung der Jahresrechnung Fr. 1,484,694.20 betragen.

Ueber die Umsätze der einzelnen Geschäftszweige gibt folgende Zusammenstellung Auskunft:

	1912	1911
Warengeschäft	Fr. 5,558,691.12	Fr. 5,165,906.41
Obst- und Gemüsegeschäft	» 914,704.18	» 834,831.69
Bäckereigeschäft	» 1,809,312.88	» 1,587,897.52
Weingeschäft	» 1,056,947.81	» 1,029,210.92
Biergeschäft	» 469,019.35	» 478,125.26
Milchgeschäft	» 7,039,609.92	» 6,136,806.91
Brennmaterialiengeschäft	» 842,189.42	» 836,032.91
Mineralwassergeschäft	» 50,894.94	» 56,040.54
Schuhwarengeschäft	» 722,287.12	» 648,237.46
Schlächtereigeschäft	» 6,936,780.36	» 5,844,229.15
Haushaltungsart.-Geschäft	» 359,476.40	» 310,694.33
Markenverkehr: Manufakturwaren	» 138,378.—	» 127,354.50
	Fr. 25,898,291.50	Fr. 23,055,367.60

Diese Aufstellung zeigt, dass die meisten Geschäftszweige, einige sogar recht grosse, Umsatzvermehrungen aufweisen. Die Mehreinnahmen betragen: bei den Abteilungen Spezereiwaren Fr. 392,784, Obst- und Gemüse Fr. 70,872, Bäckerei Fr. 221,415, Wein Fr. 27,736, Milch Fr. 902,803, Brennmaterialien Fr. 6156, Schuhwaren Fr. 74,049, Schlächterei Fr. 1,092,551.—, Haushaltungsartikel Fr. 48,782, Markenverkehr Fr. 11,023. Erfreulich ist das Resultat des Schuhgeschäftes, das den letztjährigen Ausfall von Fr. 39,480 nicht nur einholte, sondern den Umsatz noch wesentlich vergrösserte. Auch die Abteilung Haushaltungsartikel hat einen tüchtigen Schritt vorwärts gemacht. Die Schlächterei verzeichnet die stärkste Zunahme, die sie dem bedeutenden Mehrverkauf von Gefrierfleisch (infolge der Preisreduktion um 20 Cts. per Kilo) zuschreibt.

Eine interessante Uebersicht über die Schlachtungen und den Totalbedarf der einzelnen Viehgattungen im Jahre 1912 gibt nachfolgende Zusammenstellung:

	Stück	Gesamtgewicht
Ochsen	1836	627,499 kg
Ochsenfleisch, gefroren	1823	503,189 »
Wurstkühe und Muni	1461	345,225 »
Schweine	17497	1,332,211 »
Kälber	6502	271,027 »
Schafe	480	14,228 »

Der Umsatz in Brennmaterialien wurde durch den milden Winter stark beeinträchtigt, weshalb diese Abteilung die verhältnismässig geringste Zunahme aufweist. Eine Verminderung der Einnahmen verzeichnen das Biergeschäft um Fr. 9105 und das Mineralwassergeschäft um Fr. 5145. Beide litten unter der anhaltend nassen Sommerwitterung.

Die Einnahmenüberschüsse betragen bei den einzelnen Abteilungen (die entsprechenden Zahlen des Vorjahres sind in Klammern beigefügt): Spezereiwaren Fr. 739,939.41 (Fr. 706,503.56), Obst und Gemüse Fr. 21,857.03 (Fr. 41,842.97), Bäckerei Fr. 228,643.59 (Fr. 180,196.29), Wein Fr. 168,215.82 (Fr. 199,850.14), Bier Fr. 82,911.87 (Fr. 84,699.94), Milch Fr. 190,865.22 (Fr. 229,376.20), Brennmaterialien Fr. 73,965.77 (Fr. 72,767.—), Mineralwasser Fr. 5679.12 (Fr. 7908.98), Schuhwaren Fr. 65,117.05 (Fr. 48,633. 77), Schlächterei Fr. 402,812. 34 (Fr. 365,945.34), Haushaltungsartikel Fr. 57,258.87 (Fr. 49,034.13), Markenverkehr in Manufaktur- und Weisswaren Fr. 12,288.05 (Fr. 11,251.60). Total

der Einnahmen-Ueberschüsse Fr. 2,049,554.14 (Fr. 1,998,008.92).

Mitgliederbestand. Der Verein zählte am 1. Januar 1912 32,644 Mitglieder. Im Laufe des Jahres traten aus 673, gestrichen wurden 1155, zusammen 1828; eingetreten sind 3134, davon 90 ohne Eintrittsgeld auf Grund der Freizügigkeit. Es ergibt sich am 4. Januar 1913 ein Bestand von 33,950 Mitgliedern. Zunahme 1306 = 3,8%. Die ausserordentlich grosse Zahl von 3134 Neueintritten ist bis jetzt nie erreicht worden. Von den gestrichenen Mitgliedern entfällt der grösste Teil auf Erlöschen der Mitgliedschaft infolge Abreise, Auflösung der Familie, Todesfall etc.

Verkaufslokale. Im Berichtsjahre sind fünf neue Warenlokale eröffnet worden; drei wurden verlegt und zwei umgebaut und vergrössert. Verlegt wurde ferner eine Schlächtereifiliale und vergrössert eine Schuhfiliale. Im ganzen standen am 31. Dezember 1912: 74 Waren-, 26 Schlächterei- und 5 Schuhfilialen, insgesamt (mit den Lokalitäten des Haushaltungsartikelgeschäfts) 106 Verkaufslokale im Betrieb.

Personalbestand. Am Schlusse des Geschäftsjahres befanden sich im Dienste des Vereins 1083 gegenüber 1019 Personen im Vorjahre. Die Zunahme beträgt 64 Personen, wovon auf die Verkaufslokale der Warenabteilung 23 und auf das Schlächtereigeschäft 14 Personen entfallen. Die Zahl der männlichen Angestellten beträgt 622, die der weiblichen 461. 1040 Personen sind im definitiven und 37 im provisorischen Anstellungsverhältnis, 6 Personen sind invalid.

Personalversicherung. Mit 1. Juli 1912 ist der A. C. V. der Versicherungsanstalt schweiz. Konsumvereine beigetreten und hat sein Personal gegen die Folgen der Invalidität versichert. Die Prämien werden zu zwei Drittel vom A. C. V. und zu einem Drittel vom versicherten Personal bezahlt. Für 845 versicherte Personen und bei einer Versicherungssumme von Fr. 1,544,400.— betrugen die Prämien pro II. Semester 1912 Fr. 50,679.50. Hieran leistete der A. C. V. Fr. 34,805.65 und der Rest wurde vom Personal aufgebracht. Für 391 Angestellte waren Fr. 382,867.— (inkl. Fr. 11,203.70 Anteil von 27 Angestellten) für Eintrittsgelder zu bezahlen. Getilgt sind von dieser Summe Fr. 214,663.30 und der Rest von Fr. 157,000.— soll in den nächsten Jahren amortisiert werden.

Verband schweiz. Konsumvereine. Das andauernd gute Verhältnis zwischen A. C. V. und V. S. K. kommt am besten in den steigenden Umsätzen des gegenseitigen Lieferungsverhältnisses zum Ausdruck. Im Jahre 1912 bezog der A. C. V. vom Verbande Waren im Betrage von Fr. 3,664,258.25 (1911: Fr. 2,800,664.12, Vermehrung Fr. 863,593.83). Anderseits lieferte der A. C. V. dem Verbande Waren im Betrage von Fr. 1,427,415.94 (1911: Fr. 1,034,934.—, Vermehrung Fr. 392,481.94). Mit Befriedigung nimmt der Bericht auch Kenntnis von der Anhandnahme der Eigenproduktion resp. der Errichtung einer Schuhfabrik in Basel durch den V. S. K.

Ueber das «Genossenschaftl. Volksblatt» sagt der Jahresbericht: «Der erste Jahrgang der Herausgabe in vergrössertem Format hat die im letztjährigen Berichte ausgesprochenen Erwartungen in weitem Masse erfüllt. Nicht nur hat sich das Interesse an unserm Publikationsorgan im allgemeinen gehoben, sondern die gute Wirkung des Blattes als Insertionsorgan kommt auch in der ausserordentlichen Steigerung des Umsatzes in anschaulicher Weise zur Geltung. Die infolge der Vergrösserung des Blattes entstandene Mehrausgabe macht sich also reichlich bezahlt. Wir schätzen im «Genossenschaftlichen Volksblatt» aber auch die aufklärende Arbeit über Zweck und Ziele der in volkswirtschaftlicher Beziehung so wohltätigen und gemeinnützigen Genossenschaftsbewegung.» Das Blatt wird in einer Auflage von 31,700 Exemplaren gedruckt und es kommt in ca. 85% der bewohnten Häuser Basels.

Das sind einige Zahlen und Mitteilungen, die von allgemeinem Interesse sind. Sie geben ein erfreuliches Bild von der Bedeutung des Allgemeinen Consumvereins für das wirtschaftliche Leben Basels. Gelegentlich werden wir noch auf den einen oder den andern Punkt der Berichterstattung zurückkommen, und im speziellen den Lesern des S. K. V. über die Ergebnisse der Bäckerei und des Milchgeschäftes des A. C. V. einzelne Details wiedergeben. *F.*

Zur III. Konferenz des VIII. Kreises.

In der letzten Nummer des «Schweiz. Konsum-Verein» ergeht die Einladung zu der in Amriswil am 20. April stattfindenden Versammlung. Aus diesem Grunde wollen wir an dieser Stelle das Resultat der vom Lebensmittelverein Goldach veranstalteten Enquête unter 24 Vereinen zwecks gemeinsamer Agitation und Einführung sogen. Sammelwagen wiedergeben. Wenn wir uns erlauben einige Aeusserungen aus den 16 Antworten, die uns zugegangen sind, zu publizieren, so geschieht das, wie wir ausdrücklich bemerken möchten, nur der Berichterstattung wegen, und nicht etwa um den einzelnen Vereinen zu nahe treten zu wollen. Einer Konferenz in Rorschach folgend, legten wir in einer kombinierten Inseratenseite unsere Anregungen nieder und fassten unsere Hauptgedanken in folgenden Leitsätzen zusammen:

Was wollen wir? Wir wollen 1. durch engere Fühlung vermehrte Vorteile zu gewinnen suchen und 2. unsere Mitglieder durch unentwegte Ermunterung und wirkliche Aufklärung zu vollen Genossenschaftern erziehen.

Wie erreichen wir dieses Ziel?

Zu 1.:

a) durch gemeinsame Beratungen;
b) durch gemeinsame grössere Abschlüsse;
c) durch Einführung von sogenannten Sammelwagen.

Zu 2.:

a) durch Abonnement der wöchentlichen oder wenigstens der vierzehntägigen Ausgabe des «Genossenschaftlichen Volksblattes»;
b) durch Zusammenlegung des verfügbaren Insertionsraumes zwecks besserer Verwertung desselben;
c) durch organisierte und wohldurchdachte Abfassung der «Allgemeinen Mitteilungen»;
d) durch Berichterstattung in unserm Organ über wichtige Versammlungen, seien es Vereins-, Delegierten-, Kreis- oder allgemeine Versammlungen;
e) durch sachliche Besprechung der Genossenschaftsliteratur usw.

Die uns heute vorliegenden Berichte zeigen uns, dass die angeregten Neuerungen noch auf viele Hindernisse stossen. Teils sind es bereits gemachte schlechte Erfahrungen, teils eigenartige Verhältnisse, dann aber auch volle Verkennung der genossen-

schaftlichen Aufgaben und Ziele, die zu ablehnenden Antworten führten. Besonders die absolute Notwendigkeit der genossenschaftlichen Propaganda und Erziehung, der Heranbildung unserer Konsumenten zu vollwertigen Genossenschaftern, die unsere Zwecke und Ziele kennen und sie zu verbreiten, aber auch zu verfechten wissen, ist eine der notwendigsten Aufgaben, die wir uns stellen müssen. «In ihrem eigenen Interesse sind die Organisationen gezwungen, ihre Mitglieder zu erziehen, weil sie nur mit geschulten Leuten etwas anfangen können», schreibt u. a. ein Korrespondent in Nr. 12 der «Konsumgenossenschaftlichen Rundschau» in dem Artikel «Genossenschaftliche Erziehungsarbeit», den wir allseitigem Studium empfehlen. Es lässt sich einmal nicht leugnen, dass in dieser Beziehung einzelne Verwaltungsorgane oftmals viel zu kleinmütig und kurzsichtig sind und sich durch missglückte Anfangsversuche zum Rückzug bewegen lassen. Die Erfolge der Erziehungsarbeit zeigen sich aber nicht von heute auf morgen, sondern es braucht oft Jahre dazu, bis diese mühevolle Arbeit die Massen gewinnt. Und wo diese Aufklärung nicht einsetzt, da kann selbstverständlich ein Erfolg auch nicht erziehlt werden. Zuweilen finden die gesunden Bestrebungen einiger weniger, an der konservativen Mehrheit der Verwaltung einen fast unüberwindlichen Widerstand und sie lassen deshalb «des Friedens willen» leider bald von ihren Anregungen ab. Die eigene Schulung der Mitglieder der Verwaltung durch Abonnement, aber auch durch Studium der Fachliteratur, ferner durch Anlegung einer Genossenschaftsbibliothek usw. muss bei uns endgültig einsetzen und das «laisser faire — laisser aller» durch zielbewusste wirklich genossenschaftliche Arbeit ersetzt werden. Wie z. B. unser «Genossenschaftliches Volksblatt», seine wertvolle Mitarbeit zur genossenschaftlichen Erziehung und Aufklärung eingeschätzt wird, resp. zum Teil noch unerkannt ist, geht deutlich aus folgenden Mitteilungen hervor: «Unsere Genossenschaft hat das «Genossenschaftl. Volksblatt» bisher noch nicht abonniert, sondern nur in 10 Exemplaren für die Mitglieder des Verwaltungsrates und der Rechnungskommission».—«Was die Frage des Insertionsorganes anbetrifft, so genügen uns unsere hiesigen Blätter vollauf und haben wir keinen Grund, in Sachen weiterzugehen».

Es ist eine gewisse Genugtuung, dass speziell die Berichte von jüngern Genossenschaften eher auf die Erkenntnis der Notwendigkeit der genossenschaftlichen Propaganda schliessen lassen. Wir schreiben dies dem Umstande zu, dass den Leuten dieser Vereine der Grund der Organisation noch deutlich vor Augen schwebt, und namentlich der Trieb nach Ausdehnung und Aufklärung hier mitsprechend ist, während bei älteren Organisationen, die festen Boden gefasst haben, bereits eine Sättigung eingetreten ist, die sich u. a. in der Zufriedenheit kundgibt, wenn kein Rückgang eintritt, wo man sich nicht darum zu kümmern braucht, aus welchem Grunde die Konsumenten dem Verein treu bleiben.

Mit dem Wechsel in den Verwaltungen tritt leider nur zu oft eine Erlahmung der erzieherischen und propagandistischen Arbeit ein, denn die «Jungen» werden «geduldet» solange sie sich schön fügen. Aber für die Genossenschaften darf es keinen Stillstand geben; nur im Kampfe mit dem Gegner, im täglichen Wetteifern nach höhern Zielen stählt sich der Körper, vermehrt sich das Selbstbewusstsein und zeigt sich die ideale Seite unserer Bewegung. Wir müssen eine treue und pflichtbewusste Mitgliedschaft hinter uns haben, die willens ist, nicht nur in Zeiten der Ernte, sondern auch in Zeiten der Bedrängnis und der Not auszuharren; die die Notwendigkeit der genossenschaftlichen Organisation erfasst und nicht deren alleinigen Zweck in den hohen Rückvergütungen erblickt. Nur wenn wir einen Teil des jährlichen Ueberschusses zur Propaganda verwenden, wenn wir das «Genossenschaftliche Volksblatt» allen Mitgliedern gratis zustellen, haben wir den ersten grossen Schritt in der Aufklärung und Belehrung getan. Nicht die Lokal-, nicht die politische Presse diene uns als Mitteilungsorgan, sondern in erster Linie sei es unser Genossenschaftsorgan, dem in Ausnahmefällen andere zur Seite stehen mögen. Wenn in dieser Beziehung in den Verwaltungen bessere Einsicht platzgreift, wenn die «Alten» zuweilen auch eine Anregung der «Jungen» wohlwollend berücksichtigen, dann kann durch die Geschlossenheit der Verwaltung der Erfolg nicht ausbleiben, dann werden die Mitglieder den Anträgen auf Einführung unseres Organs gewiss zustimmen und das «Genossenschaftliche Volksblatt» wird auch im VIII. Kreise die Würdigung erfahren, die ihm gebührt: in jedem Hause, bei jedem Genossenschafter als gern gelesener und aufklärender Gast willkommen zu sein!

Wenn wir in vorstehendem über den Gedanken der vermehrten und eventuell gemeinsamen Agitation das Ergebnis dargetan und dieser wiederum das Wort geredet haben, eben weil wir von ihrem wirklichen Werte und der absoluten Notwendigkeit voll und ganz überzeugt sind, so ist die zweite Frage betreffend Sammelwagen wirklich eine tiefgreifende und sind wir für die uns eingesandten Antworten sehr dankbar. Nicht dass wir des vorwiegend negativen Resultates wegen, auf deren Verwirklichung verzichten möchten, aber ihre Einführung erheischt eine gründliche Prüfung.

Die Antwort der Konsumgenossenschaft Sevelen wollen wir, da sie unseres Erachtens von allgemeinem Interesse ist, wiedergeben. Vielleicht wird die Redaktion des «Schweiz. Konsum-Verein» veranlasst, gelegentlich in einem Artikel die tariflichen Vergünstigungen und Bedingungen von Sammelwagen zu skizzieren, was zwecks Prüfung dieser Frage nur zu begrüssen wäre. [1])

Die Verwaltung der Konsumgenossenschaft Sevelen schreibt uns u. a.:

«Anlässlich einer Kreiskonferenz in Landquart wurde die gleiche Frage seinerzeit aufgeworfen und von einem Angestellten der Güterexpedition in guter, klarlegender und verständlicher Weise auseinandergesetzt. Derselbe betonte damals, dass Artikel, die grössere Quantitäten bereits von jedem Verein erfordern, z. B. Mehl, in den meisten Fällen schon einzeln in halben oder ganzen Waggons bezogen werden; dabei reisen wieder Mehl und Futterwaren, wenn einzeln bezogen, nicht zum gleichen Frachtansatz, Mehl teurer und Futtermehl und Krüsch zu billigeren Tarifen. Wenn beispielsweise Gerste, Hafergrütze, Reis, Reisbesen, Zucker, etc. zusammen bezogen werden müssen um zusammen die 5,000 kg Fracht zu erzielen, jede dieser Güterkategorien zu dem höchsten Frachtansatz berechnet wird, auch wenn sich dabei nur die kleinste Quantität befindet. Ein weiterer Grund, der für den gemeinschaftlichen Warenbezug sehr hinderlich wirkt, ist das ungleiche Bedürfnis, d. h. dass die verschiedenen

[1]) Anmerkung der Red.: Gerne werden wir diese Angelegenheit einer näheren Prüfung unterziehen.

Sachen nicht im gleichen Moment benötigt werden. An diesem Hemmnis scheitern diese Bestrebungen meistens. Wir beziehen z. B. Zucker gemeinsam mit den Vereinen in Buchs und in Grabs; Mehl und Futterwaren dagegen für uns allein und zwar in halben Wagenladungen. Mit Ihrer Anregung werden Sie auf Hindernisse stossen und sehr wahrscheinlich solche Erfahrungen machen, dass Sie schon nach dem ersten Versuch genug bekommen».

Ein allgemeines Urteil über die eingegangenen Antworten ergibt, dass die Notwendigkeit der engen Fühlung, namentlich unter kleinen Genossenschaften, anerkannt wird. Erringung allgemeiner Vorteile, wo solche möglich, und gegenseitige Aufklärungen und Anregungen sind grösstenteils Allgemeinbedürfnis. Wir wollen daher die gemachten Vorschläge und die erhaltenen Rückäusserungen nicht als erledigt ad acta legen, sondern in erster Linie nichts unversucht lassen, und nach wie vor in unserm «Schweiz. Konsum-Verein» die Notwendigkeit der Einführung des «Genossenschaftlichen Volksblattes» als Organ für alle Konsumvereinsmitglieder weiter propagieren. Haben wir in dieser Beziehung einmal bessere Resultate zu notieren, dann werden auch die weitern Fragen von selbst der Verwirklichung näher rücken. Durch die Mehrung des genossenschaftlichen Geistes in den Verwaltungs- und Mitgliederkreisen, durch Erkenntnis der gleichen gemeinsamen Interessen und durch gegenseitigen Austausch von Erfahrungen und Anregungen werden wir uns näher rücken und ein freundschaftliches und hilfsbereites Verhältnis schaffen und so gemeinsam unsern Zielen zustreben. Dazu verhelfen uns in erster Linie unsere Genossenschaftsorgane und in zweiter Linie unsere Verbands- und Kreisversammlungen! *G.*

Aus unserer Bewegung

Lyss. (Sch.-Korr.) Der Aufsichtsrat unserer Konsumgenossenschaft hat die Ausführung ihrer neuen Bäckereianlage, bestehend in einem kompletten Doppeldampfbackofen mit aufgebautem Konditor- (Kanal-) Herd, Knetmaschine und Mehlsiebanlage etc., nach Prüfung verschiedener Offerten und Anlagen, einstimmig der Firma *M. Bungartz in Zürich* übertragen. Der hiefür von der Generalversammlung bewilligte Kredit beläuft sich mit Einschluss der Umbaukosten auf Fr. 22,000.—.

Olten. (W.-Korr.) Eine recht erfreuliche Entwicklung hat der Konsumverein Olten im abgelaufenen Geschäftsjahr durchgemacht. Der Umsatz der Genossenschaft hat sich von Franken 2,951,284.90 im Jahre 1911 auf 3,416,976.15 im Jahre 1912, also um rund Fr. 465,000 gesteigert. Mitglieder zählt die Genossenschaft Ende 1912 an 5367, was gegenüber dem Vorjahr einer Vermehrung von 360 gleichkommt. Die Zahl der Verkaufsstellen beträgt 20. In 15 Ablagen werden allgemeine Waren abgegeben. Dazu kommen: 2 Fleischverkaufsstellen, 1 Schuhwaren-, 1 Manufakturwaren- und 1 Haushaltungsartikelgeschäft. In Olten beträgt die Zahl der Verkaufsstellen 13, dazu kommen Ablagen in Trimbach, Wangen, Hägendorf, Dullikon, Däniken, Aarburg und Läufelfingen.

Die im Jahre 1906 eingeführte Molkerei erreicht heute einen Jahresumsatz von Fr. 450,000. Die Molkerei wurde mit einem Tagesverbrauch von ca. 1,200 Liter eröffnet, heute ist der Tagesverbrauch auf 4,500 Liter angewachsen. Für das laufende Jahr ist die Errichtung einer neuen Molkerei in Aussicht genommen. Die provisorische Installation, die nun 7 Jahre ihre Dienste geleistet hat, soll einer modernen Einrichtung Platz machen. Sache der Behörden ist es, alle Vorsicht walten zu lassen, damit die neue Anlage nicht zu teuer zu stehen kommt, und keine allzustarke Mehrbelastung des Betriebes sich ergibt.

Das Schlächtereigeschäft hat im abgelaufenen Jahr bereits einen Umsatz von Fr. 479,000 aufzuweisen. Während dieser Geschäftszweig in den ersten Jahren mit Schwierigkeiten zu kämpfen hatte, steht er nun heute voll und ganz auf eigenen Füssen. Der Umsatz sowohl, wie auch das finanzielle Ergebnis sind durchaus befriedigend.

Der Buchwert der Liegenschaften beträgt Fr. 763,000, die Mobilien stehen mit Fr. 55,000 zu Buch. Die Warenvorräte erreichen auf Geschäftsabschluss die runde Summe von Franken 500,000. Nach der diesjährigen Zuteilung besitzt die Genossenschaft einen Reservefond von Fr. 330,000, einen Dispositionsfond von Fr. 90,500 und eine Unfallreserve von Fr. 25,000. Der Sparkassa-Konto weist einen Bestand von Fr. 280,776 auf. Obligationen hat die Genossenschaft keine ausgegeben.

Der Betriebsüberschuss pro 1912 beläuft sich auf Franken 287,745. Er gestattet die Ausrichtung einer Rückvergütung von 10 % auf allgemeine Waren, 7 % auf Milch und 6 % auf Fleisch. Insgesamt erhalten die Mitglieder rund Fr. 245,000 rückvergütet.

Die am 16. März abgehaltene Generalversammlung hat Bericht und Rechnung genehmigt und an Vergabungen Fr. 1,350 beschlossen. Des Fernern hat sie den Ankauf einer günstig gelegenen Landparzelle im Halte von 11,800 m² zum Kaufpreis von Fr. 68,000 genehmigt und dem Abschluss eines Tarifvertrages mit dem Verband der Lebens- und Genussmittelarbeiter der Schweiz und der örtlichen Personalvereinigung zugestimmt. Das nun erworbene Terrain soll dazu dienen, die bestehenden Betriebe zu erweitern und eventuell neue Betriebe aufzunehmen. Dieser Landerwerb hat mehr den Charakter einer vorsorglichen Massnahme. Die Ueberbauung wird noch einige Zeit auf sich warten lassen müssen.

Romanshorn. (Korr.) Wie wir bereits in der in Nr. 10 des S. K. V. erschienenen Notiz mitgeteilt haben, sahen wir uns gezwungen Anstalten zu treffen, um uns gegen die unerhörte Steuertaxation zu verteidigen. Wir stellten in Aussicht, dass das beste und einzige Mittel, der Henkerschleife zu entschlüpfen, darin besteht, die Rückvergütungen zu reduzieren oder, wenn möglich, ganz abzuschaffen. Die Frage wurde denn auch in unserer letzten Generalversammlung ernsthaft diskutiert. Die Schlussfolgerung war, dass es nicht wohl angehe, die Rückvergütung ganz abzuschaffen, sondern dieselbe auf 5% zu reduzieren und die Preise danach einzurichten. Damit würde der Steuerbetrag um ungefähr ⅓ reduziert, d. h., von Fr. 10,000.— auf Fr. 6000.—, so dass für den Fiskus immerhin noch ein fetter Brocken übrig bleiben würde.

Um nun möglichst alle Mitglieder zu veranlassen, sich die Frage zu überlegen und sich frei auszusprechen, wurde von der Generalversammlung eine Urabstimmung anberaumt, die in folgenden 3 Fragen formuliert ist:

1. Sind Sie einverstanden mit einer Reduktion der Warenpreise in der Weise, dass eine Rückvergütung von nicht über 5% resultiert?
2. Würden Sie eventuell eine Preisreduktion als zweckdienlich erachten, die den gänzlichen Wegfall der Rückvergütung zur Folge hätte?
3. Allfällige weitere Bemerkungen.

Ueber den Ausfall dieser Abstimmung werden wir demnächst berichten.

Verbandsnachrichten

Jahresbericht pro 1912. Der Versand der deutschen Pflichtexemplare an die deutschsprechenden Behörden, Vereine sowie an die privaten Empfänger (befreundete Verbände, Presse, Private) ist beendigt.

Allfällige Reklamationen ersuchen wir umgehend einzureichen.

Versicherungsanstalt. Auch hier ist der Versand des Jahresberichtes nebst den Vorlagen für die Generalversammlung an die deutsch sprechenden Mitglieder beendigt.

* * *

Wir erinnern unsere Vereinsverwaltungen daran, dass noch eine grössere Zahl statistischer Fragebogen für 1912 ausstehend sind. Solche sind beförderlichst an das Departement II des V. S. K. genau beantwortet **zurückzusenden.**

Redaktion: Dr. Henry Faucherre.

Redaktionsschluss 3. April.

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: **Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)** Für denselben: Dr. **Oskar Schär**